

FREUNDES BRIEF

DER

EVANGELISCHEN AKADEMIE

RHEINLAND - WESTFALEN

HAUS ORTLOHN

SEPTEMBER 1957

HEFT 10

Zum Titelbild:

Der Kampf des Engels Michael mit dem Drachen ist ein altes Symbol der Christenheit. In apokalyptischen Zeiten ist es entstanden. Es sagt, daß es außer und über dem Kampf der Leiber und Waffen, der Güter und Rohstoffe, der Kapitalien und Armeen noch einen anderen Kampf gibt. Zwischen Himmel und Hölle geht der Kampf, zwischen Engel und Drachen, zwischen Gott und Satan. Der Mensch ist kein Zuschauer. Diese bequeme Rolle ist ihm verwehrt. Mensch-Sein: Mithandelnder zu sein auf dieser oder jener Seite. Wo aber ist die rechte Seite? Wir sollten um die klare Erkenntnis des heiligen göttlichen Willens in unserem Amt und Beruf ringen! Wir laden Sie zu solchen Einkehrtagungen ein, die wir, je schneller das Lebenstempo wird, um so nötiger haben.

Verkündigung in der Akademie

Liebe Freunde!

Heute legen wir den zehnten Freundesbrief in Ihre Hände und danken Ihnen für alle Freundschaft und Mitarbeit.

In diesem Sommer sind wieder viele Hundert Gäste bei uns eingekehrt. Sie haben einstimmig bezeugt, daß unsere Kapelle der wichtigste Raum im Hause sei. Darum ist sie am Tage zur stillen Andacht geöffnet. In der Kapelle sammelt sich eine kleine Gemeinde unter dem Wort. Was in den Vorträgen und Diskussionen erörtert wird, soll vom Worte her Klärung und Lösung finden. Da häufig nach diesem „eigentlichen“ Geheimnis der Akademie gefragt wird, soll die Verkündigung in der Akademie in diesem Freundesbrief beleuchtet werden.

1. Kirche und Welt in der Akademie:

Die Evangelischen Akademien haben im Laufe ihrer Geschichte viele Dinge lernen müssen. Was wir erst spät gelernt haben, ist die Erkenntnis gewesen, daß wir keine Evangelisation im modernen Stil betreiben, sondern daß wir nur verkündigen wollen. Diese Erkenntnis ist uns sehr schwer geworden. Wir kamen aus einer kirchlichen Tradition her, in der jede Neubelebung der Kirche mit einer Erweckung des Einzelmenschen zu einem regeren Gebetsleben, einer gewissen Erfassung der persönlichen Heilserkenntnis, einem brennenderen Eifer, diese Christuserfahrung der Welt zu bezeugen, einem größeren Opfersinn für Innere und Äußere Mission und einem regelmäßigeren Gottesdienstbesuch verbunden war. Das innere Glücksgefühl, der „Friede des Herzens“, ist dabei nur am Rande zu erwähnen. Diese Neubelebung des einzelnen galt und gilt als die klassische Erweckung der Kirche. Sie findet heute neue Wege und Methoden. Ein Beispiel ist die Fabrikmission. Ein kleines Team von Rednern aller Berufsstände, Sängern oder Posaunisten besucht eine Fabrik und hält mit Erlaubnis der Betriebsleitung in einer kurzen Pause eine Evangelisation ab, in der bezeugt wird, was Christus für den einzelnen bedeutet. Die Arbeiterschaft, deren Verhältnis zur Kirche mehr und mehr freundlich ist, hört sich diese neue Form der Evangelisation tolerant an. Ihre Kritik setzt ein, wenn sie fragt: „Wie soll Gottes

Wille hier in der Montagehalle geschehen? Mein persönliches Verhältnis zu Christus muß hier an der Werkbank zum Ausdruck kommen. Sonst stehen Kirche und Welt sich beziehungslos gegenüber. Die Sache ist viel schwieriger, als Ihr gutmeinenden Pfarrer ahnt“.

Es bedarf eines demütigen und vorsichtigen Studiums der Kirche, zu erkennen, wie sehr der einzelne gebunden ist, wo die tiefen Krankheitsherde unserer Schuld liegen und wie wir Gottes Willen besser erfüllen können.

Dieser mühevollen Einsicht in die wirklichen Zusammenhänge von Schicksal und Schuld im Leben des einzelnen und im Krankheitszustand einer ganzen Berufsschicht unterzieht sich die Evangelische Akademie. Wir möchten den Predigern zurufen: „Kommt und lernt! Überzeugt Euch, wie leer oft unsere Predigt wirkt, weil wir uns keine Mühe gegeben haben, die Welt kennenzulernen.“

Wir sind in den Akademien täglich aufs neue erschüttert und gedemütigt, wenn wir die Lebensfragen der Menschen kennenlernen, die unserer kirchlichen Verkündigung völlig verschlossen waren. Wer z. B. Verkäuferinnen predigen will, muß ihre besonderen Nöte kennen (Konkurrenzneid, Eifersucht, Müdigkeit, die Geduld, den Zwang zum Lächeln, die Nöte der Abrechnung usw.). Eigentlich kann den Verkäuferinnen nur eine Verkäuferin predigen, wie den Chinesen nur ein Chinese predigen kann. Fassen wir das Ergebnis zusammen: eine Kirche, welche im wesentlichen nur die Sozialstruktur der Biedermeierezeit kennt, macht sich die Verkündigung sehr schwer.

2. Der Inhalt der Verkündigung:

Der Auftrag der Kirche ist die Verkündigung der ganzen biblischen Offenbarung, das heißt der ganzen Schrift des Alten und Neuen Testamentes. Sie hat die Ursachen der Trennung von Gott und Menschheit, die Sünde, nicht die einzelne moralische Verfehlung, sondern den Zustand der Gottesferne zu deuten. Sie hat die Sünde in ihrer Wirkung auf das Zusammenleben der Menschen, in ihren vergiftenden Erscheinungen auf das Kulturleben und ihren Folgen (Tod und Katastrophen) aufzuzeigen. Sie hat den Willen Gottes zur Rettung in der Geschichte der Menschheit aufzuweisen und Jesus Christus als die Inkarnation Gottes und als das

göttliche Selbstopfer zu bezeugen. Sie hat von der einenden und kirchengründenden Kraft des göttlichen Geistes zu predigen und die Neue Welt Gottes zu verkündigen, in der Gottes Wille geschieht. Das Glaubensbekenntnis der Kirche muß für uns heute gedeutet werden. Damit aber setzt die eigentliche Fragestellung ein:

3. Verkündigen heißt „Übersetzen“:

Der Inhalt der Verkündigung ist keine christliche Idee, die einem Lehrgebäude entstammt. Die christliche Lehre ist immer zugleich Geschichte. Die Bibel beschreibt uns Geschichten. Diese Geschichten sind in einer Zeit geschehen, die der unseren zum Teil völlig fremd ist. Sie hatte andere Weltbilder ein anderes Denkgefüge, ein anderes Fühlen. Nur eines war immer gleich: das Menschenherz und die Erbarmung Gottes.

Nun gilt es, den Kern der biblischen Verkündigung herauszuheben und in u n s e r e n Fragen lebendig werden zu lassen. Oder anders gesagt: es gilt, die geschichtlichen Wände so durchscheinend zu machen, daß der Arzt, der Politiker, der Kaufmann merken: es ist m e i n e Geschichte, die hier behandelt wird.

Die Bibel selbst ist unerschöpflich. Sie gleicht einem Lande mit tausend Bergen, Flüssen und Ortschaften. Jede Bibelstelle ist unverwechselbar einmalig. Es besteht niemals die Gefahr daß die Kirche sich auspredigt, daß der Prediger einem Brunnen gleicht, der kein Wasser mehr hat. Diese Gefahr wäre gegeben, wenn der Prediger sich selbst predigte. Sein Herz und seine Erfahrung sind nicht unerschöpflich. Die Schrift, die er „übersetzt“, ist aber unerschöpflich. Und die Wirklichkeit des Lebens, in die hinein er predigt, ist täglich anders.

Diese Fragen seien an einigen Beispielen illustriert:

Eine Tagung für Kriegerwitwen wirft Fragen nach dem Witwenstande auf. Die Bibel ist voller Geschichten und Erzählungen von Witwen. Es tagen die Familienverbände. Die Schrift steckt voll von Familiengeschichten. Die Kaufleute, die Ärzte, die Politiker, die Lehrer, ja, selbst die Tanzlehrer finden „ihre“ Schriftworte. Welche Schriftworte sollte man z. B. Tanzlehrern transparent machen? Die Schrift berichtet vom Tanz Davids vor der Bundeslade (Tanz im Zusammenhang mit dem Kultus). Der Prediger Salomo sagt, daß alles seine Zeit habe, das Leid wie auch der Tanz („Es kommt auf

die Stunde an, in der Gott zu uns redet".) Jesus redet vom Tanz und vom klagenden Spiel der Kinder („Es kommt darauf an, Seinen Ruf zu vernehmen"). Herodes läßt bei seinem Geburtstag tanzen und Johannes den Täufer enthaupten (die dämonischen Wirkungen der entfesselten Leidenschaften).

Ohne Zweifel heißt recht predigen stets: auf Gott hören. Jede Predigt ist ein Geschenk. Bei jedem Hören vollzieht sich das Pfingstwunder neu: „Sie hörten in ihrer Sprache die Taten Gottes". Darum gibt es keine Rezepte für die Verkündigung.

4. Gemeinde entsteht unter der Predigt:

Es ist leichter, in der Akademie zu einem besonderen Stande zu predigen, als in einer Orts-Gemeinde Menschen jeden Alters und jeden Berufes vor sich zu haben. Doch gibt es viele Bauerngemeinden, Arbeitergemeinden, Beamtengemeinden, Intellektuellengemeinden, in denen eine gewisse Gleichartigkeit der Fragen vorliegt. Dazu kommt, daß die allgemeine politische und geistige Situation uns allen gemeinsam ist.

Wir haben keine Orts-Gemeinden von Individualisten vor uns. Wir sind nicht darum Gemeinde, weil wir Jugendliche, Eltern, Lehrer, Ärzte oder Glieder eines Standes sind. Gemeinde werden wir erst, o b w o h l wir Glieder eines Standes sind. Die Gemeinde ist nämlich nichts Menschlich-Natürliches, sondern immer etwas Göttlich-Neues.

Gemeinde entsteht unter der Predigt, oder auch nicht. Gemeinde ist stets ein neues Ereignis. Zur Predigt-Gemeinde gehört darum nicht der Registrierte, der Eingetragene, sondern der Getroffene.

Ob unsere Akademie in diesem Sinne Gemeinde sammelt, steht bei Gott. Welcher Mensch vermag in die Herzen einzudringen? Wir wollen Gott bitten, daß er von der Akademieverkündigung Wirkungen ausgehen lasse, die sich im Leben als dauerhaft beweisen.

Unsere Freunde grüße ich im Namen aller Mitarbeiter unseres Hauses herzlich

als Ihr ergebener

Wilhelm Becker

Schallplatten mit moderner Musik bei religiösen Texten —

Ist das ein Weg, zu einer gottentfremdeten Jugend zu sprechen?

In Amerika ist der Versuch nicht mehr neu. In der Bundesrepublik sind kürzlich Schallplatten herausgekommen, die zu lebhaften Diskussionen Anlaß geben. Die Evangelische Akademie hatte deshalb Musiker, Journalisten und Pfarrer zu einer Tagung über dieses Thema eingeladen. Selbstverständlich konnte man von dieser Tagung nicht erwarten, daß die Teilnehmer gewissermaßen mit einer Einheitsmeinung nach Hause gingen. Es gab kaum eine Tagung, die ein derartiges Echo auslöste in der Öffentlichkeit, wie diese.

Um unseren Freunden ein möglichst unabhängiges Bild zu geben, veröffentlichen wir nachstehend einige Zeitungsausschnitte.

Ist es möglich, die christliche Lehre im langsamen Walzertakt zu verkünden? So ungefähr kann man das Thema überspitzt formulieren, das sich die Evangelische Akademie Rheinland-Westfalen auf einer Tagung in Iserlohn gestellt hatte. Heiß war das Klima um das zauberhaft gelegene „Haus Ortlohn“, noch heißer die Atmosphäre bei der Diskussion, an der als prominenteste Gäste der Filmbeauftragte der Evangelischen Kirche in Deutschland, Pfarrer Werner Heß, Plattenstar Ralf Bendix („Hotel zur Einsamkeit“) und Publizist und Produktionsleiter Dr. Fred Hamel teilnahmen.

Ausgangspunkt der Diskussionen: Ralf Bendix' Platte „Es war am Anfang“, die Schöpfungsgeschichte als Schnulze, und der Schlager „Wer“, in den USA eines der bekanntesten „Erweckungslieder“ weltlicher Komponisten.

„Im Volkston“ sind beide Aufnahmen geschrieben, und Ralf Bendix wies ausdrücklich darauf hin, daß es keine Schlager, sondern „Lieder“ seien. Wenn Sie einen handgreiflichen Vergleich haben wollen: „Wovon soll der Landser denn schon träumen“ war ja auch kein Schlager, sondern ein „Lied“.

Wie Bendix erklärte hat die Schallplatte in Deutschland schon recht gut eingeschlagen. Ein echtes Bedürfnis wurde also mit ihr erfüllt, „die Leute wollen so etwas haben“.

Genau hier hakte Pfarrer Heß ein. „Die Gefahr einer Profanierung liegt sehr nahe“, meinte er temperamentvoll. „Es fehlt die Distanz und die Scheu vor der religiösen Aussage.“ Herkömmliche Instrumentation und raffiniert-moderner Ge-

sang seien so genau die Mischung, die die „Lindenblatt-Stelle im deutschen Siegfrieds-Gemüt träfe.

Religion sei nicht nur Gefühlssache, bestimmt aber keine Sentimentalität. Er müsse die Platte deshalb ablehnen.

Bendix verteidigte seine Meinung geschickt. „Es gilt vor allem, die jungen Leute anzusprechen, die von einem Choral bestimmt nicht mehr gepackt werden können“.

Die Jugend solle sich äußern, wurde vorgeschlagen. Sie äußerte sich: zwei junge, nette, christliche Damen und ein junger Mann. Sie waren dagegen —.

Kunststück: wer in eine Evangelische Akademie geht, kann nicht als Repräsentant der Jugendlichen gelten, die Bendix meinte: jene, die bei einem Glas Bier und Zigaretten in den Imbißhallen sitzen, Spielautomaten ausnehmen und glitzernde Augen an der Musikbox bekommen.

So prallten die Meinungen hart aufeinander.

Bendix: „Wir wollen modern sein“.

Pfarrer Heß: „Aber nicht schnulzig“.

Dr. Fred Hamel: „Das ist ja gar nicht modern, es ist Romantik des 19. Jahrhunderts.“

Scharfe Formulierungen, gescheite Meinungen. Doch die Frage, die das Kernproblem darstellt, wurde nicht angetippt. daß es ja eigentlich gar nicht um die Bendix-Platte ging, sondern um die Frage: Wie weit darf Propaganda für Gott und Kirche gehen?

Ist alles vertretbar, was um einer guten Sache willen getan wird?

Eine Antwort dazu blieb aus. Und das war schade: denn von ihr hätte man Wege für die Zukunft finden können. Mit oder ohne religiöse Schlager.

Man ging auseinander, ohne sich geeinigt zu haben.

Und so mag etwas geschehen, was doch eigentlich betrüblich ist: die Kirche wird vielleicht weiter „im alten Trott“ für sich werben, und die weltlichen Komponisten und Texter, ohne Unterstützung der Zuständigen, mögen nur noch auf Erfolg ausgehen, wie man es ihnen vorgeworfen hat.

Dieses „Auseinanderleben“, wie Diskussionsleiter Pfarrer Becker es ausdrückte, sollte sich doch eigentlich vermeiden lassen.

(Abendpost)

Ist religiöse Schallplatte möglich?

Religiöse Schallplatten gibt es schon so lange, wie es Schallplatten gibt. Palestrina-Chöre, Bachs Motetten und Passionen, Verdis Requiem und vieles andere — das betrachten wir als religiöse Schallplatten. Jetzt geht es um etwas ganz anderes. Angeblich will „die Jugend“ und ein breiter Kreis von (fortschrittlichen?) Menschen weder etwas von ernster Musik noch gar von kirchlichen Dingen wissen, die Bibel eingeschlossen. Deshalb sind geniale Amerikaner auf den Gedanken gekommen, die Bibel zu managen, indem man zunächst einmal bestimmte Abschnitte darauf von erfahrenen Textern publikumsgerecht in Verse setzen ließ, und diese Verse wurden dann von einem Musik-Team in Schnulzen verwandelt. Der (Verkaufs)-Erfolg hat ihnen (drüben) recht gegeben.

Bei einer westdeutschen Schallplattenfirma hat Ralf Bendix, Rock'n Roll-Sänger und außerdem Direktor einer Düsseldorfer Luftfahrtgesellschaft, die Schöpfungsgeschichte auf diese Weise zwei Schallplatten anvertraut. Der Rhythmus eines English-Waltz schien gerade richtig zu sein für die von den USA übernommene Melodie, die sich auf der Ebene des „süßen Kitsches“ hält.

Die Evangelische Akademie versuchte, in einer Diskussion die Fronten zu klären. Pfarrer Heß, der Filmbeauftragte der Evangelischen Kirche, gab dem anwesenden Ralf Bendix, der seine „Lieder“ (wie er sie nannte) verteidigte, wenig Chancen.

Schnulzen sind keine Spirituals

Pfarrer Heß betonte, daß man das Neue nicht aus Sorge oder weil so etwas nicht sein dürfe, ablehnen wolle. Aber hier werde offenbar ein Gebot der Scheu, der Distanz nicht beachtet. Die Parallele zu den Negro Spirituals dürfe nicht gezogen werden, weil bei den Neger-Gesängen trotz aller Primitivität die Echtheit des Ausdrucks erschütternd sei. Bei den religiösen Schnulzen ist aber alles arrangiert. Man sucht und trifft bewußt die Lindenblattstelle im deutschen Gemüt. Wir kennen die Wege der Bedarfsweckung. Aber gerade auf unserem Gebiet soll man dem Menschen nicht anbieten, was er angeblich will, sondern was er braucht. Man arbeite auch

in einer künstlerisch unlauteren Weise; denn mit dem Jazz, den die Jugend bejaht, hat das bisher Gebotene nichts zu tun. Einzelnen betrachtet ist gegen den Text nichts zu sagen, und die Musik würde man als ausgesprochen harmlos für sich allein gelten lassen. Aber man mengt nun heterogene Dinge zu einem anfechtbaren Neuen zusammen.

Es wurde ferner in klugen Einwänden gesagt, daß der Begriff der Verkündigung hier zweifellos zu tief angesetzt sei. Sogar ein Schallplattenhändler gab seiner persönlichen Überzeugung Ausdruck, daß es sich hier um ausgesprochenen religiösen Kitsch handele, bei dem alles genau darauf berechnet sei, wie es am besten ankommt.

Hilflose Verteidigung

Die Verteidigung der neuen Sache auf „ungutem Wege“ (Heß) waren recht hilflos. Mindestens der bei der Diskussion versammelte Kreis ließ sich durch nichts vom Wert der religiösen Schnulze überzeugen. Dabei wurde die ehrliche Absicht der Vortragenden durchaus nicht in Zweifel gezogen.

Akademieleiter Pfarrer Becker erstrebte einen Ausgleich mit dem Hinweis, daß Gott viele Wege habe, um die Menschen anzusprechen. Aber die Frage nach der Relation von Inhalt und Form muß gestellt werden. Ralf Bendix fand es schmerzlich, daß die Rundfunksender so gar keinen Appetit auf die vorliegenden Schallplatten haben. Sie distanzieren sich von diesen Aufnahmen — ausgenommen in vereinzelter Studio-Sendungen —, weil sie das Empfinden großer Hörschichten nicht verletzen wollen. Die Kulturindustrie wird es angesichts dieser festen Haltung der Rundfunkintendanten etwas schwerer haben, und trotzdem: sie wird es schon schaffen!

Schlager als Hausmusik

Bendix möchte in diesen modern rhythmischen Gesängen mit biblischen Texten die künftige Musik für das deutsche Haus sehen, die es ansonsten nicht mehr oder kaum noch gibt. Gibt es wirklich keine Volksmusik mehr bei uns? Und liefere das nicht auf eine Bankrotterklärung der sogenannten ernstesten Komponisten hinaus, wenn für die häusliche Lebens-

sphäre nur noch die leichte (und seichte) Unterhaltungsmusik allein, den religiösen Bezirk eingeschlossen, in Frage käme?

Voraussagen sind hier mäßig. Vielleicht tritt die religiöse Schnulze wirklich einen Siegeszug an. Aber sollte man das im Lande Bachs und Mozarts und Bruckners für möglich halten? Versäumen wir etwas, wenn die neue Bemühung abgebogen wird, oder haben wir etwas versäumt, wenn sich das religiöse Walzerlied durchsetzt? Diese Fragen werden die Kirchen klären und beantworten müssen. Das Gespräch in Iserlohn lief negativ für die tanzbare Schöpfungsgeschichte aus. (Ruhrnachrichten)

Der Schöpfungswalzer

Schlager- und Rock'n-Roll-Sänger Ralf Bendix, im Zivilberuf Filialdirektor einer internationalen Luftfahrtgesellschaft, und sein Essener Schulfreund und Textdichter Neukirchner, Kabarettist aus Leidenschaft und in der Ausbildung zum höheren Justizdienst begriffen, haben mit einer religiösen Schlager-Schallplatte, der ersten in Deutschland nach einem gängigen amerikanischen Vorbild, heftig den Streit der Meinungen erregt und die evangelische Kirche durch ihren Film- und Rundfunkexperten Pfarrer Heß zu einem klaren Einspruch gegen die Verbreitung der Novität über die bundesdeutschen Ätherwellen veranlaßt. Die entscheidenden Gremien der einzelnen Sender hatten schon vorher von sich aus Bedenken, die Platte in ihre Programme einzugliedern.

Man kann das verstehen, denn dieser „langsame Schöpfungswalzer“, wie ein Kritiker das Bendixsche Produkt bissig nannte, und der Text der anderen Plattenseite aus der Feder des Münchener Schlagerreimers Walter Brandin („Das alte Försterhaus“) leugnen die intime Bekanntschaft mit dem rührenden „Pferdehalfter an der Wand“ keineswegs und sind ganz bewußt stolz auf ihre Herkunft von der „Schnulze“, auch was ihre musikalische Form und die Art der Interpretation betrifft.

Die Autoren Bendix und Neukirchner, dessen Textübersetzung durchaus bestehen kann, nehmen für sich in Anspruch, mit ihrem Opus am Apostolat der christlichen Verkündigung auf völlig neuen Wegen teilzunehmen und nicht etwa das lohnende „Geschäft“ mit dem religiösen Instinkt gesucht zu haben, wie ihnen die Skeptiker vorwerfen. Wer sie als Menschen kennt, wird an der Echtheit ihres Anliegens nicht zweifeln können. Sie wurde Bendix auch sogleich zugestanden als dem entscheidenden Partner eines Gesprächs, zu

dem die Evangelische Akademie Westfalen in Iserlohn Geistliche, Journalisten, Rundfunkleute und Jugendliche aus ganz Deutschland gebeten hatte.

Der Tenor der mit Sachlichkeit und Leidenschaft geführten Debatte war von der Sorge der Kirchenmänner erfüllt, das Wort Gottes möchte durch die Profanierung auf der Ebene jener ganz und gar für „Lieschen Müllers“ rührseliges Herz zugeschnittenen musikalischen Weise seinen tiefen, den ganzen Menschen zur Entscheidung rufenden Ernst verlieren. Heißt das nicht, um hart und kompromislos mit der Hl. Schrift zu sprechen: „Die Perlen vor die Säue werfen?“

Andererseits gab man aber auch die Schwierigkeiten der traditionellen Theologie zu, ihrer von Gott gegebenen Sendung gerecht zu werden, ohne das Heilige in eine zeitnahe allgemeinverständliche Form zu bringen. Doch ist dazu jedes Mittel recht, auch das des psychologisch raffiniert ausgeklügelten Appells an die „weiche Stelle“ im deutschen Gemüt, die die Bendix-Platte vor allem mit ihrem verzuckerten, musikalischen Arrangement haarscharf trifft?

Wir glauben, daß dies weniger ein Problem der Kunst oder der Kirche ist als eine Frage des Geschmacks, über den man bekanntlich nicht streiten kann. Was dem einen in diesem Falle als schreckliche Blasphemie erscheint, läßt beim anderen vielleicht die Saiten seines verschütteten Kinderglaubens wieder anklingen und führt ihn zu tieferem Nachdenken über den Sinn seines Daseins, auch auf den glatten Pfaden des Kitsches.

„Gott weiß viele Wege, die Menschen anzurühren“, meinte Diskussionsleiter und Hausherr Pfarrer Becker. Die bewegende Zustimmung eines geistlichen Mitbruders aus der Zone gab abschließend ihm und allen denen recht, die das religiöse Lied à la Bendix nach heute populärem Musikzuschnitt zum mindesten als Experiment zur Diskussion gestellt wissen wollten, auch im Rundfunk. (Westdeutsche Allgemeine)

Verkündigung aus der Music-Box?

Vor einiger Zeit wurden bekanntlich von den Schallplattenfirmen „Electrola“ und „Teldec“ religiöse Schlager auf den deutschen Markt gebracht. (Siehe „Kirche und Rundfunk“

Nr. 4 vom 18. Februar 1957). Die Produzenten sind nach wie vor bemüht, die Gespräche darüber mit allen Mitteln in Gang zu halten. So war es für sie sicher sehr willkommen, daß sich erst kürzlich wieder auf einer Tagung in der Evangelischen Akademie Iserlohn ein Kreis von Journalisten, Kritikern, Musiksachverständigen und Theologen mit diesen Produktionen beschäftigte.

Pfarrer Werner Heß (Frankfurt a. M.), der in einem Schreiben an die Firma „Electrola“ schon einmal klar und unmißverständlich die Stellungnahme der Kirche zu diesen „Produkten der Massenverkitschung“ formuliert hat, begründete auf dieser Tagung erneut die schwerwiegenden, aus gewissenhafter Prüfung gewonnenen Bedenken. (Und diese Bedenken sind beileibe nicht nur theologischer Natur, sondern berühren vor allem auch die ästhetische Frage hinsichtlich der Übereinstimmung von Inhalt und künstlerischer Form).

Der in Iserlohn gleichfalls anwesende Interpret der „Electrola“-Aufnahmen, der Schlagersänger Ralph Bendix, der sich übrigens für seine Produkte die unverdächtigere Bezeichnung „religiöse Lieder“ ausbedang, versah seine Pro-Argumente mit dem Bekenntnis seiner persönlichen Bekehrung. Während einer nächtlichen Fahrt über einen der einsamen highways Amerikas sei ihm plötzlich aus dem Autoradio das Lied „In the Beginning“ („Es war im Anfang“) entgegengeklungen, und dieses Lied habe ihn — wie er sagte — „überwältigt und im Innersten getroffen“.

Bei allem Respekt, den wir als Christen einem solchen Vorgang schulden, stellt sich uns doch unabweisbar die Frage, ob das aus einem Stimmungs- und Gemütsaffekt stammende religiöse Angerührtsein in seiner Einmaligkeit beliebig wiederholbar ist, ob es also eine Verbreitung ins Massenhafte zuläßt. Hier liegt das Kernproblem: Kann uns eine auf den (angeblichen) Massengeschmack bewußt gezielte und geschäftlich kalkulierte Evangelisation mit Hilfe von religiösen Schlagern dieser Art, denen der Kitsch aus allen Knopflöchern schaut, erwünscht sein?

Wenn schon einige Tagungsteilnehmer den Verkündigungscharakter derartiger Produkte nicht ohne weiteres glaubten von der Hand weisen zu sollen, so hätten sie zumindest er-

kennen müssen, daß die Gebärde dieser „Verkündigung“ äußerst geschickt an den Drähten einer kommerziellen Mechanik gegängelt wird und daß hier die Frage wohl erlaubt sein darf, ob einige Leute nicht doch vielleicht Kattun meinen, wenn sie Bibel sagen. Wer die von Herrn Bendix besungene Schallplatte kennt, ihre mit aller Raffinesse auf Verkauf frisierte süßliche Stimmungsmache, der kann vor der bedenklichen Nachbarschaft zwischen praktischem Geschäftssinn und religiöser Rührseligkeit weder Auge noch Ohr verschließen.

Es ist in letzter Zeit fast zu einer Mode geworden, daß Berufene und Unberufene Kritik an den herkömmlichen Formen kirchlicher Verkündigung üben, etwa unter der Parole: „Die Predigt erreicht den modernen Menschen nicht mehr.“ Das mag zu einem Teil seine Berechtigung haben, und es gibt wahrhaftig genügend Theologen, die sehr ernsthaft und in großer Gewissensnot diese Frage immer wieder an sich selber stellen, — im Munde derer aber, die frommes Saccharin unter die Leute bringen möchten, hat das Argument vom Versagen der Predigt doch wohl einen etwas peinlichen Klang. Wir sollten uns nicht allzu tief beugen in unseren Ansprüchen an Art und Weise, mit denen uns Gottes Wort nahegebracht werden möchte! Sonst könnte es dahin kommen, daß derjenige, der in der Schießbude eines Rummelplatzes auf die Blechfigur des Teufels zielt, schon meint, er treibe Verkündigung.

Die Interessenten auf Seiten der Schallplattenindustrie operieren gern — das hat die Iserlohner Diskussion wieder deutlich gezeigt — mit der suggestiven Behauptung, die Jugend von heute verlange nach religiösen Schlagern als einer neuen Möglichkeit, sich in ihrer Sprache ansprechen zu lassen. Nun, es bedurfte nicht erst des Zeugnisses jenes jungen Mädchens, das in Iserlohn aufstand und sagte: „Dieses Lied redet n i c h t unsere Sprache!“, um die ganze Fragwürdigkeit und Unbeweisbarkeit der These vom modernen Massengeschmack bewußt zu machen. Wir meinen jedenfalls, daß es dem Publikum nicht schadet, wenn es die trüfäugigen Gesänge von der Schöpfungsgeschichte nicht kennenlernt. Aber selbst den Fall gesetzt, daß „die Leute so etwas wollen“ — (wie können sie freilich wollen, was sie gar nicht kennen?) —, selbst dann bleibt den Zeitgenossen, die an den Schalthebeln

der Massenbeeinflussung sitzen, die ungeheure Verantwortung aufgebürdet, dafür zu sorgen, daß die Menschen nicht mit allem und jedem wahllos abgefüttert werden. (Es gibt nämlich eine Barmherzigkeit des Verweigerns!) Dr. Adolf Grimme, der Generaldirektor des ehemaligen NWDR, hat diese Verantwortung einmal sehr treffend charakterisiert, indem er sagte, man solle dem Publikum nicht immer geben, was es will, sondern was es braucht!

Die deutschen Rundfunkanstalten handeln ganz im Sinne dieser noblen Einsicht, wenn sie einmütig wie bisher daran festhalten, der religiösen Schnulze die Popularisierung über das Mikrophon zu versagen. „Diese Sachen sind wir unseren Hörern nicht schuldig“, so lautet beispielsweise die Stellungnahme des Bayerischen Rundfunks. Das sollte, so möchten wir hoffen, eine so grundsätzliche Haltung sein, daß die Rundfunkanstalten auch alle Versuche der Schlagerproduzenten abwehren, vor dem Mikrophon — wenn nicht anders, dann doch wenigstens in Form einer Diskussion ihrer Erzeugnisse — ins Gespräch zu kommen. Freilich: selbst wenn der Rundfunk keine Beihilfe zur unnötigen Verbreitung dieser Schlager leistet — schlimm genug ist schon der Gedanke, junge Menschen könnten eines Tages einen Groschen in den Schlitz des Musikautomaten werfen, um sich zu ihrem „drink“ in der Milchbar für drei Minuten religiöse Andacht im Tanzrhythmus zu kaufen. Verkündigung aus der Musik-Box — nein danke!

(Evangelischer Pressedienst)

Um den Film

Nach einer Tagung über die Einflüsse des Films auf Jugend und Erziehung in Haus Ortlorn wurden folgende gemeinsame Erklärungen der Tagungsteilnehmer abgegeben:

„Der Film ist das Unterhaltungsmittel, das insbesondere auf Jugendliche psychologische Einflüsse in größter Breite ausübt. Bei jungen Menschen, die regelmäßig ins Kino gehen, entfaltet er eine prägende Kraft, die die Entwicklung der Persönlichkeit nachhaltig beeinflussen kann. Diese Erkenntnis verpflichtet alle für die Erziehung der Jugend Verantwortlichen, der Frage der Filmerziehung und der Bewahrung der Jugend vor schädlichen Einflüssen des Films besondere Aufmerksamkeit zuzusenden.

In diesem Urteil stimmten alle Teilnehmer am Rundgespräch — Vertreter der Schule, der Kirche, der Filmwirtschaft und der Presse — überein.

Das Gespräch ergab auch, daß durch das Ineinandergreifen von wirtschaftlichen, künstlerischen, ethischen und psychologischen Momenten der Film höchst verwickelte Fragen aufwirft, die nur in Zusammenarbeit aller gelöst werden können.

Im einzelnen wurden in der Aussprache folgende Anregungen und Wünsche vorgebracht:

Stärkere Berücksichtigung der psychologischen Wirkungen des Films bei den Urteilen der Filmselbstkontrolle.

Stärkere ideelle und materielle Unterstützungen der Institute und Arbeitskreise, die sich mit der Psychologie des Films beschäftigen, sowie eine bessere Bekanntgabe und Verbreitung der Ergebnisse ihrer Untersuchungen.

Förderung der Filmerziehung sowohl von staatlicher als auch von kirchlicher Seite.

Das neue Jugendschutzgesetz kann sich nur dann praktisch auswirken, wenn alle Verwaltungsstellen für eine möglichst exakte Durchführung sorgen.

Alle gesetzlichen Maßnahmen können Eltern und Erziehungsberechtigte nicht von ihrer Verpflichtung entbinden, Kinder vor möglichen Schädigungen zu bewahren. Den Eltern, wie den in der Erziehungsarbeit Tätigen wird daher empfohlen, sich der vorhandenen Informationsmittel in stärkerem Umfang als bisher zu bedienen.

Kunst, Werbung und Ethik

Zum dritten Male kamen in der Evangelischen Akademie Studenten der Werkkunstschulen von Nordrhein-Westfalen zu einer Tagung zusammen. Auf Wunsch der Studenten, die im vergangenen Jahr angesprochen worden waren, stand die Tagung unter dem Gesamtthema „Kunst, Werbung und Ethik“. Die Studenten kamen zum Abschluß der Tagung zu folgendem Ergebnis:

Werbung ist ein echter Bestandteil der modernen Volkswirtschaft und hat die Aufgabe, breite Massen der Verbraucher mit den besten Produkten der Massenerzeugung zu annehmbaren Preisen vertraut zu machen.

Aus dem gesteigerten Massenverbrauch ergibt sich eine gesteigerte Produktion, die zur Senkung der Unkosten und damit der Verbraucherpreise beitragen sollte.

Aus dieser sozialen Funktion der Werbung ergibt sich die ethische Verpflichtung für den Werbenden, seine Verantwortung gegenüber der Allgemeinheit zwingt ihn zu der persönlichen Entscheidung, daß seine Werbung wahr ist und den ethischen Prinzipien der Gemeinschaft entspricht.

Wahrheit in der Werbung verbindet sich mit dem Nutzeffekt für den Hersteller. Die Erfüllung des Werbeversprechens durch Lieferung guter Ware zu einem marktgerechten Preis schafft bei dem Verbraucher das Vertrauen zur Werbung.

Neben der notwendigen Deckung des Massenbedarfs darf die sorgfältige Pflege des individuellen Geschmacks nicht vernachlässigt werden.

Afrika und die abendländische Christenheit

Das war das Thema einer einwöchigen Tagung im Haus Ortlohn. Es trafen sich in dem gemeinsamen Wissen um die Gleichheit des Menschen vor Gott und in der gemeinsamen Verantwortung für ihre Völker afrikanische Studenten mit deutschen Studenten und Oberschülern. Sie faßten folgende Resolution:

1. Wir begrüßen alle Bemühungen deutsche und afrikanische Jugend zusammenzubringen. Diese Bemühungen tragen zur besseren Verständigung untereinander bei und sollten daher tatkräftig unterstützt werden. Wir wollen durch Zusammenarbeit unser bestes tun, um diesen Bemühungen Erfolg zu verleihen.
2. Die Tagungsteilnehmer wünschen im Interesse der dringend notwendigen Verbesserung des Verständnisses zwischen Afrika und Deutschland, daß die Tagesereignisse auf dem afrikanischen Kontinent durch Presse, Film und Rundfunk in Deutschland mehr als bisher objektiv und verantwortungsvoll dargestellt werden. Die gleiche Forderung wird sinngemäß von den afrikanischen Teilnehmern für ihre Publikationen gefordert.
3. Wir sind überzeugt, daß die Achtung vor dem Menschen gleich welcher Rasse, Farbe und Religion oder Weltanschauung die Voraussetzung zur Verständigung der verschiedenen Völker ist.
4. In unseren Gesprächen und Erörterungen über das zukünftige Verhältnis zwischen Europa und Afrika sind uns die Bedeutung und die Eigenart der in Europa und Afrika gewachsenen Kulturen erneut bewußt geworden. Hier liegen große Aufgaben für alle Erziehungs- und Bildungsinstitutionen vor.

Lebendige Demokratie und christliche Mitverantwortung

Im Hause der Evangelischen Akademie Rheinland-Westfalen in Iserlohn fand ein Gespräch statt, welches das Thema hatte: Wie stellen wir uns zur Ferienwerkarbeit der Schüler der höheren Schulen? Daran nahmen etwa 50 Lehrer, Eltern und Schüler der höheren Schulen teil. Außerdem waren gebeten worden, ein Arzt, ein Psychologe und ein Soziologe. Das Gespräch wurde geleitet von Herrn Oberstudiendirektor Dr. Eduard Fey aus Herne.

Die Auseinandersetzung wurde eingeleitet durch ein Referat von Frau Dr. Helge Pross vom Institut für Sozialforschung in Frankfurt/Main. Sie sprach über die sozialen Gegebenheiten, welche für die Schülerwerkarbeit von Einfluß sind. Sie stellte fest, daß die moderne Gesellschaft eine Konsumgesellschaft sei. Die heutige Arbeit werde weitgehend dadurch charakterisiert, daß kaum ein Arbeiter mehr ein Verhältnis zum Produkt seiner Arbeit habe. Wir leben in einer Zeit des hohen Lebensstandards und der Luxusgüter. Welches sind die Gründe dafür? Einerseits wird heute durch den Lebensstandard weitgehend das gesellschaftliche Prestige bestimmt. Wer viel konsumiert, wird hoch geachtet. Auf der anderen Seite ist unser Wirtschaftssystem das des Kapitalismus im weitesten Sinne. Das Prinzip des Systems ist, immer mehr zu produzieren. Der Binnenmarkt kann nur dadurch erweitert werden, daß man ständig beim Publikum neue Bedürfnisse weckt, daher die heutige Macht der Reklame.

Wenn die Jugend Schülerwerkarbeit betreibt, so schaltet sie sich nur in ein System ein, das ohne sie und vor ihr zustande gekommen ist. Die Referentin war der Auffassung, daß man dagegen verhältnismäßig wenig machen könne, weil die Verhältnisse übermächtig sind. Gleichwohl sollte ein gewisser Appell an die Vernunft und Einsicht der jungen Menschen nicht unversucht bleiben, aber nicht in Form einer humanistischen Predigt, sondern durch rationelle Aufhellung der Hintergründe.

Als Ergebnis der anschließenden Diskussion wurde eine möglichst enge Zusammenarbeit zwischen Eltern- und Lehrer-

schaft für wünschenswert angesehen. Durch die Arbeit an diesem konkreten Problem, kann dieses Zusammenwirken besonders fruchtbar werden. Ferner gab man sich darüber Rechenschaft, daß die Schülerwerkarbeit nicht radikal verboten werden kann und darf. Andererseits darf man den Dingen auch nicht freien Lauf lassen. Im gewissen Umfange kann die Schülerwerkarbeit bei gesunden Schülern befürwortet werden. Es muß aber der physiologische Rhythmus zwischen geistiger und körperlicher Arbeit auf der einen Seite und Erholung und Ruhe auf der anderen gewahrt bleiben. Nur im Rahmen dieser richtigen Dosierung darf die Schülerwerkarbeit durchgeführt werden. Das Geldverdienen kann nicht einseitig positiv oder negativ gewertet werden. Es kommt wesentlich auf das Ausmaß an, in welchem gearbeitet und Gelderwerb angestrebt wird.

Im allgemeinen glaubt die Versammlung für die Schülerwerkarbeit etwa folgende Richtlinien aufstellen zu können:

1. Schülerwerkarbeit nur für die Schüler der Oberstufe.
2. Nur in der ersten Hälfte der großen Ferien.

Die Versammlung wurde sich klar, daß die Richtlinien nicht durch autoritäre Einflußnahme und behördliche Anordnungen verwirklicht werden können, sondern nur durch Zusammenarbeit von Elternhaus und Schule in der Schulpflegschaft und Diskussion dieses Themas in den Schülerversammlungen.

Wie verhält sich der Christ in der Werbeindustrie?

Dieses Thema war uns außerordentlich wichtig. Das Vorhergehende, was haben Kunst und Werbung miteinander zu tun?, berührte teils die Materie. Gewiß gehört es, wie all die anderen Themen zum Tagungszyklus, aber es ist doch sehr ernst zu nehmen, wie bewegt sich der Mensch, dessen Gewissen lebt; der für sich, seine Familie und seine Mitmenschen Verantwortung fühlt und damit auch trägt? Darüber sprach zu uns in sehr freien und konsequenten Ausführungen, Schriftsteller Herr Richard Grunow, Stuttgart.

Die Werbung im Zusammenhang von Angebot und Nachfrage. Wir wissen, daß bei einer freien Marktwirtschaft, wie wir sie heute betreiben, sich das Angebot an der Nachfrage ausrichtet. Soll der gewissenhafte Mensch nun sagen, dieser oder jener Artikel ist überflüssig? Wenn er es genau übersehen kann — Ja oder wenn er es mit sich persönlich nicht vereinbaren kann, ihn zu propagieren. Als Beispiel sei das Fernsehgerät genannt, das in der Familie zu Differenzen führen kann und die ganze Gemeinschaft zu Hause gestört wird. Das „Elfte Gebot“ in der Werbung heißt: „Du sollst begehren!“

Dieser Begriff ist relativ. Ein Grieche sagte schon: „Wie freue ich mich, daß ich diese Dinge (Gebrauchsgegenstände) nicht brauche.“ Er zielt damit auf die Perfektion hin und will sagen, daß das manuelle Tun in den Hintergrund tritt. Das Begehren kann ausarten, aber auch unbedingt in Grenzen gehalten werden. Hier muß ich das Wahrheitsgebot und das Vergleichsverbot anführen. Die Artikel, die ich als Werbegestalter zu propagieren habe, müssen mit dem Werbetext in Bezug auf Qualität und Leistung übereinstimmen. Dagegen: „Der Regenschirm ist der beste“ oder „weißer wäscht Suwa Weiß?“ Ist es noch Wahrheitsgebot oder schon Vergleichsverbot? Dabei ist anzuführen, ob nicht die Werbung ohne auffallende direkte Verkaufsabsicht erfolgreicher ist. Es kommt dann wohl, daß man es gestalterisch, sei es Plakat, Annonce oder Verpackung, sehr wertvoll gestaltet und auf stiller oder indirekter Basis wirbt. Die Werbung um die Sache herum ist falsch, denn der Buchumschlag soll mir schon

über den Inhalt Auskunft geben. Ich darf nie sagen, damit verkaufe ich das Buch besser oder der Kinobesucher will den Film doch nur einmal sehen. Das Dauerresultat ist, daß der Besucher bei Filmen, die er nach eigener Entscheidung nicht für gut befindet und sich auf die Reklame nicht verlassen kann, gar nicht erst beim Theater anfragt, ob der Film gut ist, sondern ihn sich nicht ansieht.

Wie weit geht die Verantwortung des Gestalters für die Ausführung? Wenn wir diese Frage als junge Menschen diskutieren, müssen wir sagen: „Wir tragen genauso die Verantwortung wie jeder Ältere.“ Ich darf und kann als Christ nicht sagen, ich mache solange, bis ich bekannt geworden bin und einen „Namen“ habe, schlechtere Entwürfe mit nicht verantwortlichen Konzessionen und dann nur noch gute! Je konsequenter ich bin, umso charakterfester werde ich. Ich kann auch nicht für Schund- und Schmutzliteratur oder ein Magazin gute Titelseiten usw. gestalten, denn damit könnte ich den Artikel im Umsatz steigern und noch mehr Gift in die Charaktere der Leser pumpen. Es darf auch nicht „nur einmal“ wissentlich sein; denn ein kleiner Fleck auf der „Weißen Weste“ ist genauso wie ein großer, selbst wenn die Familie finanziell darunter leiden könnte. Es wäre für die eigene Qualität Mensch und die Familienangehörigen, wenn der Vater vorübergehend in einer anderen Branche arbeiten würde, besser. Eins wird uns jeder Ältere bestätigen, daß die Konsequenz mit einer innerlichen Zufriedenheit, die äußerlich auch zum Ziel führt, belohnt wird. Ich erinnere noch an das Linsengericht, gegen das Esau an Jakob sein Erstgeburtsrecht und damit den Segen des irdischen und des himmlischen Vaters verschenkte.

Ich möchte im Namen aller Tagungsteilnehmer, daß diese zusammengefaßten Punkte jeden Auftragnehmer und -geber als sogenannte Meilensteine begleiten. Es sind ihrer so viele, daß wir sie nicht alle durcharbeiten konnten und das möchten wir jedem persönlich überlassen. Es kommt immer auf das „Wie“ an.

Paul Blask, Krefeld

Kunst und Werbung

Leitsätze aus einem Vortrag

1. Zum Charakter des Kitsches gehört das Unechte, eine Vor-
spiegelung falschen Wesens. Es ist eine sozusagen bild-
hafte Hochstapelei. Auch mit Kitsch kann man erfolgreich
werben. Es ist nur die Frage wie lange. Zweifellos liegt in
der Werbung mit Kitsch eine Abwertung des Produkts,
für welches man eintritt.
2. Der Kunstwert allein kann bei der Werbung nicht maß-
gebend sein. Es kommt darauf an, daß auch die werbe-
rischen Elemente zu ihrem Recht kommen. Bezeichnender-
weise ist es für den Kunstwert gleichgültig, was dargestellt
wird. Für den Werbewert kann dies natürlich niemals der
Fall sein. Manchmal überspielt der Künstler den Ge-
brauchswert.
3. Kunst ist nicht etwa ein „Schnörkel“, der irgendwie an das
wirkliche Leben angehängt ist. Kunst bedeutet vielmehr
das Durchdringen des gesamten Lebensbereichs in einer
bestimmten Haltung und einem ausgeprägten Stil.
4. Ob es eine Geschmackspyramide gibt, muß als Frage auf-
geworfen werden. Ist es richtig: je tiefer sie angeschnitten
wird, desto breiter ist die Schicht, die angesprochen wird.
5. Und nun zum Teufelskreis des Massengeschmacks. Der
Geschmack der Massen ist ungebildet und wird durch die
formschlechten Gegenstände des täglichen Gebrauchs nach
den Gesetzen der Gewohnheit festgehalten. Die Massen-
produktion aber formt unter absatzwirtschaftlichen Ge-
sichtspunkten nach dem Geschmack der Massen. Auch die
Markt- und Meinungsforschung spielt hier eine nicht
immer glückliche Rolle. Es ist nicht möglich, diesen Kreis
durch einen Sprung zu verlassen, dann steht man nämlich
plötzlich einsam und verlassen da. Manche Gestalter ge-
raten dann in weltfremden Hochmut. Unser Teufelskreis
muß langsam in mühevoller Kleinarbeit abgebaut werden.
6. Ein bedeutender Arzt hat einmal gesagt: Wenn ich nicht
mehr in der Lage bin, an den Erlebnissen der Kultur —

Theater, Konzert und Literatur — teilzuhaben, werde ich in absehbarer Zeit auch ein schlechter Arzt.

7. Je wichtiger ein Objekt ist, für das ich werbe, desto weniger ist eine schlechte oder auch mittelmäßige Form erträglich.
8. Der Ursprung aller Werbung ist das Gespräch von Mensch zu Mensch. Die moderne Werbung ist die Fortsetzung des Gesprächs in die Breite durch die Mittel der mass communication.
9. Nicht nur Menschen, sondern auch Werbemittel haben Charakter.

Dr. Hans Ludwig Zankl,
Direktor des Verkehrsamtes der Stadt Köln

Die psychologische Seite bei der Werbung

In einem der Vorträge auf der Tagung westdeutscher Werkkunststudenten in der Evangelischen Akademie Iserlohn erläuterte uns Herr Wülfing als Werbefachmann die große Wichtigkeit der psychologischen Fragen in der Werbung. Immer wieder wird festgestellt, daß der Gebrauchsgraphiker durch die reinen psychologischen Fragen einfach überrumpelt wird, wenn er einzig und allein nur seine gestalterischen Fähigkeiten einsetzt. Diese Feststellung gab uns zu denken und ließ sogar den Gedanken aufkommen, daß der heutige Gebrauchsgraphiker sehr leicht zu einem, wenn auch besseren, Hilfsarbeiter herabsinken kann.

Weil wir aber alle diesem Berufe irgendwie angehören, wollen wir auch uns in dem Teamwork neben den Vertretern anderer Berufssparten mit Recht behaupten.

Stellen nämlich bei einer Werbegestaltung die anderen Partner so einer Arbeitsgemeinschaft keinerlei oder nur geringe Kenntnisse bei den Gebrauchsgraphikern auf dem Gebiete der Massenpsychologie fest, dann werden diese Partner rücksichtslos, und das mit vollem Recht, ihre Ansicht durchdrücken. Der Endeffekt ist dann eine zerknirschte, unzufriedene Graphikerseele, und das wollen wir uns und unseren Kollegen ersparen.

Allerdings liegt die Werbeberatung schon weitläufig in den Händen von gefuchsten und geschulten Werbeberatern. Aber das ist noch lange kein Freibrief für die Unterbewertung der psychologischen Fragen. Der glückliche Zustand wäre eine Zusammenlegung der rein gestalterischen und der rein verkaufpsychologischen Ausrichtung.

Leider fehlt an fast allen Kunsthochschulen ein Lehrstuhl für reine Werbeberatung. Aber im Laufe der wirtschaftlichen Weiterentwicklung wird es auch der blindeste unter den geistig Kurzsichtigen erkannt haben, daß sich in der Werbeindustrie notwendigerweise einige neue Berufsgruppen gebildet haben und daß es gilt, diese ebenfalls in unseren Kreis auf den Werkkunstschulen aufzunehmen, um notwendigerweise den wirtschaftlichen Erfordernissen in unserem Sinne Genüge zu tun.

Wird hier jedoch in der nächsten Zeit nichts getan, dann werden sich mehr und mehr andere Berufsgruppen einschalten, und ob das so recht kräftig unterstützt werden soll, weiß ich nicht so recht.

Hans-W. P a u c k s t a d t

Welche Grundsätze gelten für eine wirksame Werbung

Nachdem wir die Werbung in Verbindung mit Kunst gehört hatten, sprach zu uns Werbeberater und Vorsitzender der Wirtschaftsvereinigung Werbung, Herr Otto Ernst Wülfig, Düsseldorf. Die Werbung in der Industrie, worüber wir diskutierten, war für uns durch das an Erfahrung reiche Leben des Vortragenden sehr wertvoll und führte zu angeregten Diskussionen.

Die Wirksamkeit in der Werbung war der Ausgangspunkt zu dieser Tätigkeit. Für den Erfolg gibt es keine Faustregeln noch Gesetze. Der wichtigste Grundsatz ist die Wahrheit. Wenn ich einen Artikel über die Beschaffenheit hinaus propagiere, schade ich ihm mehr, als wenn ich gar nicht geworben hätte. Sehr wertvoll ist für den Gestalter die Marktanalyse über das Produkt sowie den Käuferkreis. Es ist sehr wichtig, wie weit der Artikel ausprobiert ist; ferner, in welcher Käuferschicht will ich absetzen. Ich darf das Produkt der Konkurrenz nicht versuchen herabzusetzen (unlauterer Wettbewerb). Der Gestalter in der Werbung sollte neutral und objektiv sein.

Es wurde auch ganz deutlich darauf hingewiesen, daß das Honorar nicht das Gewissen zudeckt. Gegebenenfalls muß ich sogar den Auftrag ablehnen. Es entschuldigt auch nicht das Argument: „Wenn ich den Auftrag nicht ausführe, macht es der anderer!“ Ich habe für meine Person zu entscheiden, und der Mensch als Individuum sollte nie seine persönliche Achtung aufgeben. So soll auch der junge Gestalter bei der Besprechung mit Auftraggebern rücksichtsvoll, aber im Kampf um den ethischen und ehrlichen Entwurf bemüht sein.

Was verlangt der Auftraggeber für sein Geld? Es ist für ihn uninteressant, was wir mit unserem Honorar machen. Er will durch das Plakat oder die Annonce verkaufen. Es ist ihm größtenteils auch gleichgültig, ob das Plakat künstlerisch wertvoll ist. Dieser Begriff ist relativ. Kunst und Ethik sind zwei Begriffe. Der ethische Wille ist konstruktiv, der künstlerische destruktiv. Das künstlerisch Gute ist eine andere Art als das ethisch-sittlich Gute. Das Individuum hebt sich in dem Akt

des Schaffens des Künstlers auf. Der Künstler m u ß schaffen. Der Ethiker w i l l schaffen. Ein Kohlkopf wird erst dann zur Kunst, wenn er intuitiv durch Inspiration geschaffen wird. Die Inspiration muß sich des Themas bemächtigen, in sich vergehen, um zum Kunstwerk zu erstehen. Die Virtuosität ist etwas Gekonntes, nicht künstlerisch. Also hat der Werbegestalter die Aufgabe, sich die erreichbar größte Virtuosität durch Intensivierung zu verschaffen und mit klaren Überlegungen handwerklich zu gestalten.

Es ist zu überlegen, in welcher Lautstärke ich einen Artikel anbiete. Bier würde man wohl „laut“ werben, durch die Litfaß-Säule, also mit dem sogenannten Paukenschlag. Leise oder indirekt wirbt man für Nerz, durch Eleganz. Herr Henckell wirbt schon lange für seinen Sekt durch den seriösen Herrn in Abendgarderobe. Damit weckt er bei den finanziell weniger Bemittelten den Wunsch, beim Ausgang Sekt zu trinken. Wo veröffentliche ich meine Werbung? Wo es noch nie einer getan hat, bürgt es meist für Erfolg. Die Statistiken besagen, daß ich nicht in jeder Zeitschrift zu werben brauche. Mit einem Minimum an Zeitschriften erreiche ich prozentual den größten Leserkreis. Es gibt noch den Verkauf ohne Werbung. Dazu gehört ein gut organisiertes Vertreternetz. Jeder Graphiker sollte sich ein Archiv zulegen. Nicht um ein Plagiat zu gebrauchen, denn damit ist der Erfolg immer verfehlt, sondern nur damit er weiß, was auf dem Werbungsmarkt schon existiert.

Propaganda (Werbung) ist nicht die Vermassung der Menschen, sondern mit den Mitteln der Werbung ist die große Masse der Verbraucherkreise mit den besten Verbrauchsartikeln zu versorgen.

Paul B l a s k

Gedanken am Rande der Tagung Kunst - Werbung und Ethik

70 eingetragene Teilnehmer. Trotzdem — was gab es für Typen. Der eine sah aus wie ein Staatsschauspieler, der andere wie ein Student aus Yale. Andere wie Verkäuferinnen, Oberschüler, Mopedfahrer, Jungfußballer, Intelligenzler, Fabrikantensöhne, kaufmännische Lehrlinge, höhere Töchter oder fertige Familienväter. Der sah aus wie ein zahlender Kunststudent, der wie ein echter. Sie waren gekommen, um zu hören und um selbst zu diskutieren. Aus dem aufgezählten Dutzend waren es vielleicht vier, die eine Meinung besaßen, welche durch Lebenserkenntnisse und Wissen untermauert war. Zwei davon sagten ihre Meinung und warfen sich in die Diskussion, die anderen beiden zogen es vor, stumm zu bleiben. Die letzten beiden Drittel wurden bei den Debatten lediglich zu einer aus verspielten, stereotyp glotzenden, gewinnend lächelnden oder komplexbehangenen Einzelbauteilen bestehenden Kulisse. Weniger drastisch gesagt: sie blieben passiv.

Passivität war aber während der drei Tage nicht angebracht, denn es waren bewußt nach den einzelnen Vorträgen, deren Stoff von der Volkswirtschaft bis zur philosophisch erklärten Kunsttheorie reichte, Gruppendiskussionen angesetzt, deren Ergebnisse wiederum der „Vollversammlung“ vorgetragen wurden.

Es waren größtenteils Schüler der Werkkunstschulen, die sich hier zusammengefunden hatten. Daran lag es, daß in einem solchen Kreis ein Gespräch, das alle mit einbeziehen sollte, schwierig zu gestalten war. Es scheint zunächst, als ob die Tatsache der Ausrichtung auf den Beruf und das gemeinsame Fach Bindemittel genug sind. Doch das war nicht so. Durch die Schülerschaft einer Werkkunstschule laufen immer verschiedene Trennfäden.

Es ist angebracht, die einzelnen Punkte aufzuzählen. — Da ist die schon angeführte Tatsache, daß auf den Werkkunstschulen eine besondere Vielfalt an Typen herrscht. Die Skala reicht vom Kunstsnob bis zum lateinschülerhaften Typ. Der Punkt ist eigentlich sekundär, aber es ist doch so, daß der

Individualist mit dem Cäsarenschnitt und der Lederhosenindividualist einfach nicht miteinander in ein Gespräch kommen. — Die Tatsache, daß es auf den Werkkunstschulen Teilnehmer aus sehr verschiedenen sozialen Verhältnissen gibt, spielt glücklicherweise nur eine ganz kleine Rolle. Wichtiger sind schon die verschiedenen Arten der Vorbildung. Ein Teil ist beruflich vorgebildet, der andere Teil kommt von allgemeinbildenden Schulen. — Starke Trennungslinien ergeben sich durch verschiedene Arbeitseinstellungen. Zwei Beispiele: 1. Diese Arbeitseinstellung ist bei Schülern anders als bei den Schülerinnen. Die letzteren sehen die Zeit auf der Schule in krassen Fällen als eine „Zeit vor der Ehe“ an, die dann irgendwie ausgefüllt werden muß. Der Schüler kann sich das nicht erlauben. 2. Starke Orientierung zum Künstlerischen ermöglicht die Mitarbeit auf der Werkkunstschule ebenso, wie ein Sinn für das Praktische, doch Leute mit diesen verschiedenen Einstellungen werden sich nicht so recht verstehen.

Diese Umstände spielten, wie gesagt, auch auf dieser Tagung eine Rolle. Es war überhaupt so, als hätte sich hier für drei Tage eine weitere Werkkunstschule gebildet. Man entwarf auch, aber dieses Mal nur im Geiste. Man kam auf unendlich viele Ideen. — Oft gewann wirklich die Passivität die Oberhand. Doch in ein oder zwei Diskussionen wurde die Atmosphäre mitreißend; das war dann, wenn jemand opponierte, der wirklich anders dachte, oder wenn die „Ketzer“ ihre Meinung sagten, wenn sich eine Minorität der Majorität in die Waagschale warf.

Wolfgang L i e b m a n n

Gedanken über die Werbung

Wer wirbt, wirbt um das Vertrauen des Kunden. Der Umworbene soll dem Werbenden sein Vertrauen schenken, d. h. er soll seine Ware kaufen.

Voraussetzung, das Vertrauen zu gewinnen, ist die Wahrheit. Der einmal Enttäuschte ist mißtrauisch geworden, und es ist schwer, ihn beim nächsten Mal von der Wahrheit zu überzeugen.

Werbung hat nichts mit marktschreierischer Reklame zu tun. Ein gutes Schlagwort beweist noch keine Qualität.

Werbung heißt heute, dem Kunden die Möglichkeit zu geben, sich über ein Warenangebot zu informieren, das der einzelne in seiner Gesamtheit gar nicht mehr übersehen kann.

Das sind einfache Grundsätze. Und doch werden sie noch sehr wenig beachtet. Sehr häufig wird die Werbung als ein notwendiges Übel angesehen.

Aufgabe des Graphikers ist es, die Werbemittel graphisch ansprechend zu gestalten. Der Gebrauchsgraphiker von heute ist nicht der romantische Künstler, der im Elfenbeinturm seiner Zeit sitzt und auf den verwertbaren Kuß irgendeiner unzuverlässigen Muse wartet, sondern er ist Mitglied einer Gemeinschaft, die bemüht ist, ihre Lebensformen sinnvoll und zweckmäßig zu erarbeiten. Die Werbung erschöpft sich nicht allein im Gestalterischen, z. B. Plakat, Prospekt, Anzeige, sondern sie hat darüber hinaus auch soziale Aufgaben zu übernehmen. Ein gesundes und freies Betriebsklima ist die Grundlage für Einhaltung und Steigerung der Qualität, für richtige und sorgfältige Behandlung und Auslieferung der Ware. Eine Stockung oder Unachtsamkeit in diesen Dingen macht die beste Werbung wirkungslos. In der freien Wirtschaft hat der Unternehmer eine größere Verantwortung als in einer staatlich gelenkten. Er sollte sich dessen bewußt werden und die Chance der Freiheit nützen. Wir jungen Menschen sind bereit, dieser Sache mit Tatkraft und Verantwortungsgefühl zu dienen.

Dieter Claus

Suggestion oder Überzeugung

Als Einzelpersönlichkeit gehöre ich nicht der Masse an. Sobald ich einen Augenblick kritiklos bin, habe ich meine Persönlichkeit verloren. Der Träufelmethode der Reklame und der Propaganda ist es nämlich dann gelungen, mich narkotisiert in die Jagdgründe des business zu versetzen. Vermasung geschieht durch business. Ich bin dann man. Ich bin irgend ein Teil in der organisierten Massengesellschaft jener Pseudogesellschaft, in der es keine Meinung gibt. „Man trägt heute“; „man raucht heute“; „man trinkt heute“, „man bevorzugt heute“. „Man“, das große Unbekannte klingt überzeugend in aller Ohren. Filmstar Ypsilon führt seine Karriere auf „Creme Zet“ zurück. Welche Masse könnte da widerstehen, nicht auch mit „Creme Zet“ glücklich zu werden? Ein bikiniertes weibliches Geschöpf mit feilgebotener Büste hält eine Colaflasche zwischen den Knien. Welche „Maskulinmasse“ könnte da der erotischen Logik Zweifel anlegen, daß Cola wirklich durststillend ist? „Durst wird durch Bier erst schön.“ Welche unverschämte Dekadenz! Ich frage mich: welchen gesellschaftlichen Hohn muß dieses Plakat zum Beispiel während der neuerlichen Hitzeperiode von den Litfaßsäulen in einigen Großstädten gespien haben, wo einige hunderttausend Menschen unter akutem Wassermangel leben mußten? Dafür gibt es nur einen Wunsch: diese Reklamemänner gnadenlos in die Wüste zu schicken.

Eine weitere gesellschaftliche Unverantwortlichkeit liegt in der „Im-Dutzend-billiger“-Propaganda der Kauf- und Warenhäuser.

Ein sozialbiologisches Verbrechen ist das „An-den-Mann-bringen“ minderwertiger Gebrauchsgüter und Nahrungsmittel. In der Tat gibt es Industriestätten, die einige Zeit vor den periodischen Schlußverkäufen ihre Produktion bewußt auf Waren niedriger Qualität einstellen.

Diese geschilderten Erscheinungen sind nicht pessimistisch konstruiert; sie sind Details barer Realität, welche in ihrem Reklame- und propagandistischen Suggestivcharakter zutage tritt. Kulturphänomenologisch (als umfassender Begriff für ethisch, soziologisch usw.) bedeutet das Verfall in die Passivität: nicht ich kaufe, sondern ich werde gekauft.

Jeder Mensch ist ein homo ludens. Er möchte umworben sein. Das heißt: er möchte eine Rolle spielen. Da, wo es Spiel nicht mehr gibt, herrscht die Perversion. Das bezieht sich auch auf Handel und Wirtschaft. Deshalb darf hier nur e i n e Erkenntnis Gültigkeit besitzen: ich werbe, indem ich informiere. Oder die Umkehrung: ich informiere, indem ich werbe. Das ist legitime und überzeugende Spielkorrespondenz innerhalb unserer Gesellschaft. Überzeugung geschieht durch:

Unaufdringlichkeit
Eindeutigkeit
Einfachheit und
gestalterische Ursprünglichkeit.

Der Werbeberater und der Werbegestalter sollten das Gewissen der Industrie sein. Es ist beglückend, hin und wieder Werbung mit dieser Anschauung zu begegnen.

Heinrich Gräfenstein, Bielefeld,
zum Thema „Kunst und Werbung“.

Die Einheit Deutschlands

Im Juni fanden in „Haus Ortlohn“ insgesamt drei Primanertagungen statt. Im Mittelpunkt der Diskussionen stand das Problem der Einheit Deutschlands und die Frage „Was können wir für die Einheit der Ökumene tun?“

Die Primaner kamen dabei zu folgenden Ergebnissen:

Wir erklären:

Wir nehmen als junge Menschen, die sich für die Zukunft eines einigen Deutschlands verantwortlich wissen, die Spaltung unseres Vaterlandes nicht hin. Da wir den Primat des Geistes als Realität auch für das politische Leben anerkennen, halten wir eine geistige Wiedervereinigung für die notwendige Voraussetzung einer politischen Wiedervereinigung.

Das bedeutet:

1. Wir müssen uns Klarheit darüber verschaffen, was wir unter echter Demokratie verstehen. Wir halten die Grundrechte des Menschen für den Boden, auf dem das neue Gemeinschaftsgefühl, persönliche Überzeugung, Opferbereitschaft und Mitverantwortung wachsen sollen, damit das geistige Vakuum, das weithin in der westfälischen Jugend herrscht, gefüllt wird.

2. Wir müssen uns unter der Ideologie des Bolschewismus auseinandersetzen, damit wir die Probleme der von uns getrennten Jugend verstehen können.

Wir müssen uns auf das geistige Ringen in einem wiedervereinten Deutschland vorbereiten.

3. Wir fordern die westdeutsche Jugend auf:

Verbringt euren Urlaub jenseits der Zonengrenze! Nehmt als einzelne und als Gruppen den Kontakt auf!

Einem Volk, das sich trotz aller Spannungen einig fühlt, wird eine Wiedervereinigung auf die Dauer nicht versagt bleiben.

Wir bitten Gott als den Herrn der Geschichte, daß er unsere Bemühungen segnen möge!

Durch die politische Teilung Deutschlands ist die deutsche Jugend in zwei voneinander verschiedene Geisteswelten hingestellt, die sich in die unterschiedliche Auffassung der östlichen und westlichen Erziehung ausdrücken. Wir als westdeutsche Jugend sehen als höchste Aufgabe der Erziehung,

selbständiges Denken und Verantwortung vor Gott heranzubilden.

Das Streben des Ostens geht dahin, die Freiheit der Entscheidung und selbständiges Denken zu ersetzen durch kommunistisch-bolschewistische Ideologie.

Trotz dieser Gegensätze sind wir Angehörige eines Volkes. Uns verbindet der Wille zur Wiedervereinigung.

Um die geistige Wiedervereinigung vorzubereiten und zu ermöglichen, rufen wir unsere Mitschülerinnen auf! Seid nicht gleichgültig gegenüber dem politischen Geschehen. Macht euch mit den Problemen der deutschen Politik vertraut. Darum bildet politische Arbeitskreise in den Schulen. Jede einzelne sollte sich mit den grundlegenden Lehren der kommunistisch-bolschewistische Ideologie auseinandersetzen.

Was können wir tun für die Einheit der Ökumene?

Auf der Primaner-Tagung der Evangelischen Akademie Rheinland-Westfalen kamen wir in der Arbeitsgruppe für Fragen der Einheit der Ökumene zu folgendem Ergebnis:

Das Leben der einzelnen Kirchen gründet sich zum Teil auf ihre Eigenständigkeit. Wir bejahen daher zunächst die Vielgestaltigkeit der Kirchen. Für die Verkündigung aber ist das Bestehen vieler Formen ein Hindernis. Dies zeigt sich besonders deutlich in der Missionsarbeit.

Die Einheit der Kirche besteht in der geglaubten Einheit. Sie gründet sich auf die Verkündigung des Evangeliums und das Bekenntnis zu Jesus Christus. Zu einer glaubwürdigen Verkündigung ist eine Zusammenarbeit im Blick auf das gemeinsame Ziel unbedingt notwendig. Als die geeignete Form dieser Zusammenarbeit erscheint uns die Ökumene.

Zur Verwirklichung der Ökumene haben wir folgende Möglichkeiten:

- I. Brüderliche Begegnungen in der Jugendarbeit,
z. B. gemeinsame Stunden, Freizeiten, gemeinsames Lied, Gebetsgemeinschaft.
- II. Zusammenarbeit bei Evangelisationen in der Mission.
- III. Zusammenarbeit beim Auftreten in der Öffentlichkeit.
- IV. Gemeinsames Anfassen unserer Probleme bis hin zur gegenseitigen materiellen Hilfe.
- V. Begegnungen über nationale und rassische Grenzen hinweg.

Wirtschaftsethik heute

Unter diesem Thema veranstaltete die Evangelische Akademie eine Tagung für Vertreter des Einzelhandels in Westfalen. Dabei hielt Dr. Karl Hohenschwert (Münster) einen Vortrag über das Thema „Christliche Haltung im Wettbewerb“, aus dem wir folgende Auszüge veröffentlichen:

Wettbewerb ist Wettkampf zwischen zwei oder mehreren und oft sehr zahlreichen Mitbewerbern um möglichst großen Erfolg bei einem bestimmten Bemühen.

Nicht nur die Unternehmer, die Kaufleute oder Gewerbetreibenden, wetteifern miteinander um materiellen Erfolg, um finanzielle Besserstellung, um Erhöhung ihres Ansehens, um Nutzen und Gewinn oder was sonst an irdischen Werten und Vorteilen zu erringen ist. Wettbewerb im Sinne dieses Trachtens nach Verbesserung der Lebensverhältnisse ist eine allgemein menschliche Eigenschaft, sozusagen eine Grundtatsache der menschlichen Natur. In der Wirtschaft wird dieser Wettbewerb, weil es sich um die Erzeugung, Herstellung, Vermittlung und Anpreisung greifbarer Lebensgüter handelt, so deutlich, daß eine Behandlung des Themas „Christliche Haltung im Wettbewerb“ fast gleichbedeutend ist mit dem Thema „Christliche Haltung im Wirtschaftsprozeß“. Das Wesen des Wettbewerbs und der Ausübung wirtschaftlicher Tätigkeit selbst liegt darin, daß ein Gewerbetreibender sich mit anderen im Bewerb um den Erfolg im Wirtschaftskampf mißt.

Das unternehmerische Wettbewerbs- oder Gewinnstreben unterscheidet sich vom gewöhnlichen höchstens dadurch, daß es Produktionsmittel und bezahlte Arbeitskräfte in Dienst nimmt. Nun wäre es sehr merkwürdig, wenn man von denen, die das tun, verlangen würde, ausgerechnet s i e sollten sich in ihrem Gewinnstreben möglichst beherrschen oder solche Absichten gar nicht erst verfolgen. Dieses Ansinnen hat sogar der 1941 fast achtzigjährig gestorbene bedeutende Soziologe Werner Sombart in seinem stark moralisierenden Spätwerk gestellt. Er bewertet z. B. die Reklame unabhängig vom Gegenstand und Form als ein Übel und sieht auch in aller Rentabilitätsberechnung eine Teufelskunst. Sie nehme ihre Maßstäbe von Gut und Böse nicht mehr aus den 10 Geboten, son-

dern lediglich aus dem Gewinnstreben. Die Erzielung von Gewinnen sei in dieser Wirtschaft leider absolut.

Mit solchen und ähnlichen Vorwürfen gilt es sich auseinanderzusetzen. Es ist ja der Vorwurf, der mahnend und warnend auch hinter diesem Thema steht.

Zunächst sei frank und frei unterstrichen, daß jeder Unternehmer, ob groß und klein, im Wettbewerb bestehen und Gewinn erstreben will und muß. Jeder vernünftige Mensch bemißt die Tüchtigkeit eines Kaufmanns danach, ob sein Geschäft floriert oder nicht. Die Armut kann ein moralisches Verdienst von höchsten Graden sein, aber sie kann nie wirtschaftliches Verdienst sein. Es ist sogar die Pflicht jedes kaufmännisch tätigen Menschen, Gewinn zu erzielen. Leider wird es heute dem kleinen und mittleren Unternehmen wegen des unheimlichen Wettbewerbsdrucks, der verbunden ist mit einer ungeheuren Steuerbelastung und einem oft so empfindlichen Mangel an Kapitalbildungsmöglichkeiten und Kreditmitteln, fast unmöglich gemacht, Gewinn zu erzielen. Gewinn, durch Fleiß, Tüchtigkeit und Geschicklichkeit erworben, sind eine hohe soziale Wohltat. Alles, was z. B. bei uns in den letzten acht Jahren an neuen Arbeitsplätzen, an verkürzter Arbeitszeit, an Erfindungen und sozialen Errungenschaften in Erscheinung getreten ist, wuchs auf der Grundlage einer gewinnstrebigen, gewinnerzielenden Wirtschaft. Das ist leicht zu begreifen; man braucht sich ja nur zu überlegen, was wäre, wenn die Unternehmer *a l l e s a m t*, vom kleinsten bis zum größten, mit Verlust arbeiteten. Dann gäbe es keine Steuern, die sich in einen Sozialetat von vielen Milliarden jährlich verwandeln; dann gäbe es keine neu geschaffenen Arbeitsplätze, keine neu erworbenen Maschinen, keinen Wohnungsbau, keine Nachwuchsausbildung und keine Caritas. Die Vorstellung von einer nutzen- und gewinnlos arbeitenden Wirtschaft wäre geradezu absurd. Und auch diejenigen, die dem selbständigen Unternehmer die wettbewerbliche Gewinnstrebigkeit übelnehmen, denken ja nicht daran, durch Sozialisierung oder ihr verwandte Methoden den Gewinn abzuschaffen. Er ist und bleibt ihnen lieb und teuer, und was sie für ihre Pläne geltend machen können, ist nur der Wunsch, diesen Gewinn anders zu verwenden oder zu verteilen.

Das Gebot der Nächstenliebe — so forderte es Luther genau wie die Scholastiker — hat nach Ursprung und Inhalt für den Christen über allen Normen zu stehen. Für Luther liegen die zwei Bereiche, das Reich Gottes und das Herrschaftsgebiet des Teufels, nebeneinander. Die Wirtschaft soll man nicht einem Eigenleben überlassen, sondern sie muß ein Mittel im Plane Gottes sein, die Menschen zu retten und die Herrschaft des Teufels zu vernichten. Dazu hat sie Gott bestimmt, auch wenn er für sie keine besonderen Regeln aufgestellt hat. Seine 10 Gebote und das oberste Gebot der Liebe zu Gott und zum Nächsten gelten auch als Befehl für die Wirtschaft, und kein eigenes Gesetz darf von diesem göttlichen Befehl dispensieren. Luther ist über diese allgemeine Weisung noch hinausgegangen, um in den Sonderbereichen der Wirtschaft die von ihm voll erkannten Spannungen überwinden zu helfen, die zwischen einem Untergang im Wirtschaftskampf und unlauteren Mitteln zur Selbsterrettung entstehen müssen. Der Geldverleiher sollte z. B. Zinsen in mäßigem Umfang nehmen dürfen, aber nur wenn der Schuldner ein Sachpfand stellte, also nicht durch Zahlungsverzug in die Gefahr personeller Knechtschaft geriet. Die Vernunft sollte eben das ihre tun, um der Liebe im Wirtschaftsleben Stützung zu bauen. Die Nächstenliebe blieb das beherrschende Gebot und mußte den Rest der von schwachen Menschen nicht zu erfüllenden Gebote ausgleichen. Die Berufsarbeit blieb göttliche Gelegenheit, dem Nächsten zu dienen und selig zu werden.

Calvin und Zwingli gingen freier und unbedenklicher auf das Streben nach wirtschaftlichem Erfolg ein. Nach Calvin gebietet die christliche Sittlichkeit geradezu das Erarbeiten eines Ertrages, nur dürfen die Mittel der Rationalität nicht gegen die Schrift verstoßen und der persönliche Genuß muß hinangestellt werden. Somit ist die reformierte Lehre eine Quelle der Kapitalbildung und Kapitalverwertung geworden. Der gläubige Calvinist ist allenthalben von seiner Kirche dazu angehalten worden, die Wirtschaftsmittel und den Wirtschaftsertrag als Güter anzusehen, die Gott ihm zur Verantwortung anvertraut hat. Die Lehre von der Vorherbestimmung des Menschen drang in die Berufsauffassung ein. Die Wirkungen sah man lange Zeit in den Methoden und Erfolgen der englischen Wirtschaft. Und auch bei den amerikanischen Quä-

kern und Methodisten wird jeder wirtschaftliche Erfolg des einzelnen begrüßt, wenn anständige Wettbewerbsmittel angewendet worden sind. „Ehrbarkeit ist die beste Wirtschaftspolizei“ ist ein Ausspruch, der in diesen beiden sehr einflußreichen religiösen Gemeinschaften geläufig ist.

Aber was sagt die Heilige Schrift selbst? Sie sieht den Menschen in seinen Schwächen und Anfälligkeiten und stellt ihn unter sittliche Gebote. Da er im Streben nach Erfüllung dieser Gebote scheitern muß, weist sie ihn für diese Welt auf den Weg der Nächstenliebe und für die Ewigkeit auf den Weg zur Gnade Gottes. Wirtschaftliches Handeln wird in der Heiligen Schrift durchaus nicht verboten oder mißachtet. Die Sprüche Salomonis z. B. lassen dem Menschen durch Gott die Mittel zuwachsen, von denen er essen und trinken soll. Für die Seinen zu sorgen, macht Paulus dem Thimoteus zur Pflicht. „Wer es unterläßt“, so sagt er, „ist ärger als ein Heide“. Der Prediger Salomo läßt Reichtum, der nicht durch Ausnutzung anderer geschaffen wurde, bestehen. „Der Gerechte braucht seines Gutes zum Leben, aber der Gottlose seines Einkommens zur Sünde.“ — „Wer sein Gut mehret, der sammelt es zum Nutzen der Armen.“ — „Wer den Armen gibt, dem wird es nicht mangeln, wer aber zum Reichtum neidisch ist, der weiß nicht, daß ihm Unfall gegeben ist.“ — Und schließlich sagt Salomo: „Reiche und Arme sollen untereinander sein, der Herr hat sie alle gemacht, Arme und Reiche begegnen einander, aber beider Augen erleuchtet der Herr.“

Aber alles in allem: die christliche Lehre und fast alle ihre großen Vertreter bis auf den heutigen Tag halten das Gebiet der Wirtschaft für ein das Gute erschwerendes und das Seelenheil stark gefährdendes Gebiet. Ich glaube bemerken zu dürfen, daß auch die Geistlichen von heute, und zwar die Geistlichen beider Konfessionen, das wirtschaftliche Tun und Treiben im stillen mit einer Art sorgenvollen Mißtrauens betrachten, ohne daß sie natürlich in allgemeine oder ungerechte Vorwürfe gegen die Wirtschaft verfallen.

Aber wer will im Ernst bestreiten, daß die Befriedigung des Strebens nach Gewinn in manchen Angehörigen der Wirtschaft jede höhere Regung erdrückt? Wer will bestreiten, daß in mancher Werbung oder Geschäftsreklame das christliche

Gebot unbedingter Wahrheitsliebe gröblich verletzt wird? Wer will bestreiten, daß der Wettbewerb oft die kleinlichsten, genässigsten Formen annimmt, und zwar nur deshalb, weil der Haß, der Neid gegen den Mitbewerber ausschlaggebend ist? Dabei muß man sich jedoch über folgendes klar sein: Nicht jeder unbequeme Konkurrent, der billiger ist als andere, darf unlauteren Wettbewerbs bezichtigt werden. Die Unterscheidungslinie liegt in der Erstattung der Kosten, die sich aus der Höhe des Preises des Einzelstücks und dem Gesamtumsatz der einzelnen Gattung ergibt. Die Preise, die im Rahmen einer nach kaufmännischer Marktbeurteilung zu erwartenden Umsatzhöhe keine volle Kostenabgeltung ermöglichen, sind Schleuderpreise. Wer mit solchen Preisen kurzfristige Umsatzerfolge anstrebt, verschleudert seine Substanz. Damit verstößt er gegen die Grundlagen der Unternehmerwirtschaft und verletzt die Regeln der Wettbewerbsaufgabe. Der Verstoß gegen die Moral wird hier durch Schädigung solcher Berufsgenossen begangen, die sich an die Grundidee der Unternehmung gebunden halten, ihren Bestand aus eigenen Erträgen zu sichern und ihre Preise darauf einzurichten.

Bedauerlich ist, daß bisher auch ausgesprochene Schleuderkonkurrenz durch Anrufung der Gerichte kaum zu verhindern ist, wie überhaupt die Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs nicht auf sehr sicheren Füßen steht.

Der christliche Kaufmann ist kein leerer Wahn. Allerdings ist nichts in idealem Zustand auf dieser Erde. Vorschriften für den Wettbewerb, Wirtschaftsordnungen und weltliche Gebote, auch die Vernunft, können zur Ordnung und zur Veredlung des Wettbewerbs zwar beitragen, aber sie können nur Hilfen sein: Es mag in dieser Zeit der sich überschlagenden technischen Neuerungen, des nüchternen Tatsachensinns, des Zugs zur Vermassung und der Übertönung der Regungen der Seele und des Gemüts durch rastlose, geräuschvolle Geschäftigkeit naiv oder weltfremd klingen: ausschlaggebend für die Haltung im Wettbewerb und im wirtschaftlichen Tun muß für den kleinsten wie für den größten Unternehmer die Nächstenliebe sein. Hört er auf ihre Mahnung, so wird er sich mit manchem Glücksritter und manchem dunklen Ehrenmann an Geld und Gut zwar nicht messen können, aber er wird bei sei-

nem Tagwerk den inneren Frieden haben und schließlich, wie der größte deutsche Dichter im „Buch des Paradieses“ ausruft, sagen können:

„Nicht so vieles Federlesen!
Laßt mich immer nur herein,
denn ich bin ein Mensch gewesen,
und das heißt ein Kämpfer sein!“

Tagungskalender

OKTOBER

1.—3.

1 Arzt und Hebamme in gemeinsamer Verantwortung

Die Hebamme im Licht der Heiligen Schrift — Die Darstellung des kranken Menschen bei Rembrandt — Arzt und Hebamme im gemeinsamen Dienst — Psychohygienische Betreuung.

4.—6.

2 Der Mensch und das Atom

Tagung für Offiziere der Bundeswehr
(Geschlossener Kreis)

8.—11.

3 Bundeswehr und Arbeiterbewegung

Tagung für Angehörige der Bundeswehr und des DGB
Aus der Geschichte der Arbeiterbewegung — Soldatentum und Militarismus — Arbeiterschaft und Bundeswehr — Gewerkschaft und Bundeswehr als Teile der demokratischen Gesellschaft.

14.—16.

4 Historisch-theologische Kommission der Ev. Studiengemeinschaft

Europa in Asien und Afrika — Indische Meditation als Herausforderung an das westliche Christentum — Die Kunst der jungen Kirchen.
(Geschlossener Kreis)

16.—19.

5 Jahreskonferenz der Ranke-Gesellschaft

(Geschlossener Kreis)

22.—25.

6 Judentum und Christentum

2. christlich-jüdische Jugendbegegnung

Geschichte und Wesen des Antisemitismus — Das Leben der Juden in Deutschland — Nebeneinander und Miteinander — Wesensunterschiede von Judentum und Christentum.

26.

7 Weihnachten: Kunst, Kitsch und die Botschaft

2. Soester Kunstgespräch in Gemeinschaft mit der Volkshochschule der Stadt Soest

Die Werbung im Weihnachtsgeschäft — Kunst, Kitsch und Weihnachten — Weihnachten in der frühmittelalterlichen Buchmalerei — Ist das Weihnachtsfest gefährdet? — Die Stadt im weihnachtlichen Schmuck.

(Die Tagung findet im Rathaus zu Soest statt)

26.—27.

- 8 Die staatspolitische Verantwortung der westdeutschen Führungsschicht**
(Geschlossener Kreis)

29.—30.

- 9 Evangelische Aktionsgemeinschaft für Arbeiterfragen**
(Geschlossener Kreis)

NOVEMBER

31. 10.—3. 11.

- 10 Christentum und deutsche Sprache**
Eine Tagung mit Dr. Dr. Friso Melzer
Sprache als Gabe Gottes — Ethik der Sprache — Entstehung des christlichen Wortschatzes — Das Schweigen als Urgrund des Sprechens.

5.—7.

- 11 Die gesellschaftliche Mitverantwortung des Ingenieurs**
Die Folgen der Automation für die soziologischen und sozialpolitischen Veränderungen der Gesellschaft — Die Verantwortung des Ingenieurs für die Atomenergie — Der Ingenieur und der Staat.

9.—10.

- 12 Der moderne Mensch und die Beichte**
Eine Einkehr-Tagung
(1. Seelsorge-Tagung)

13.—15.

- 13 Kafka in theologischer Sicht**
Einkehr-Tagung für Germanisten, Theologen und Menschen, die sich mit Kafka beschäftigen

16.—17.

- 14 Vom Geheimnis des Vertrauens im ärztlichen und im seelsorgerlichen Dienst**
Jahres-Tagung der Arbeitsgemeinschaft „Arzt und Seelsorger“
(Die Tagung findet statt im neuen Parkhaus in Hagen)

19.—20.

- 15 Unbewältigte deutsche Vergangenheit**
Eine Einkehr-Tagung zur Besinnung
Wie weit sind wir mit dem Nationalsozialismus und mit dem Verlust deutschen Heimatbodens innerlich fertig geworden?

22.—24.

16 Der mündige Christ

Tagung für Vertreter der höheren Handels- und Kaufmannsschulen in Westfalen

Der mündige Christ in einer mündigen Welt — Dietrich Bonhoeffer — Der Christ im Beruf — Christen gehört die Welt.

25.—27.

17 Die Zurüstung des Christen für die praktische Mitarbeit in Vereinen und Verbänden

Jahrestagung des Ev. Erwachsenenbildungswerkes Westfalen

Praktische Einführung in Versammlungsleitung und Diskussionstechnik — Was heißt Ev. Akademiewerk in der Welt? — Bericht über katholische Akademiewerk — Das Ziel unserer Mitarbeit in Vereinen und Verbänden.

29. 11.—1. 12.

18 Konferenz Evangelischer Akademikerinnen

Thema: Das Gebet im Namen Jesu

DEZEMBER

1.—3.

19 Deutsche Selbstbesinnung

Die Welt und das deutsche Wesen — Wie kam es zur Spaltung Deutschlands? — Sind wir Deutschen Demokraten? — Junge Deutsche sind junge Europäer.

4.—7.

20 Traktor und Kirche

Vertreter der westfälisch-lippischen Landjugend

Zwischen Schöpfungsbericht und Naturwissenschaft — Das alte Dorf und der junge Bauer — Europa: Utopie oder Wirklichkeit? — Unsere deutsche Vergangenheit: Schatten oder Aufgabe?

9.—11.

21 Jugend, Jazz und Amerika

Woher kommt der Jazz? — Ist der Jazz ein Zeichen amerikanischer Überfremdung? — Verbindet der Jazz die Jugend der Völker? — Verstehen unsere Eltern den Jazz? — Hat der Jazz Gefahren? — Jazz und christliche Botschaft.

11.—13.

22 Die Rolle des Jazz im Selbstverständnis des heutigen Menschen

Jazz, Rausch, Rhythmus — Alt und jung und der Jazz — Nüchternheit und christliche Lebenshaltung.

14.—15.

23 Innere Zurüstung für Weihnachten

Tagung für Sekretärinnen

Die Adventsbotschaft — Einführung in J. S. Bachs Weihnachtsoratorium — Weihnachten in der frühmittelalterlichen Buchmalerei.

JANUAR 1958

3.—5.

24 Die Mitverantwortung der Höheren Schule für Staat und Kirche

Tagung ev. Schulmänner an Höheren Schulen

5.—8.

25 Säkularismus und Säkularisation

6. Tagung für Studienreferendare

10.—12.

26 Die Chance unseres Zeitalters

Tagung für Jung-Unternehmer

Vollbeschäftigung und Sicherheitsbedürfnis — Das Risiko als Element der freien Gesellschaft — Das Ende aller Sicherheit — Die Bedeutung des Glaubens für das tägliche Leben.

14.—16.

27 Der Rausch

Gesellschaftshygienische Tagung in Gemeinschaft mit dem Ev. Arbeitskreis für Jugendschutz

Rausch: Lebenserhöhung, Lebenserniedrigung — Die Gefährdung der Gesellschaft durch die Rauschsüchtigen — Film und Rausch — Heil und Heilung: Vom Geheimnis innerer Erneuerung.

18.—19.

28 Der Sozialbeamte in unserer Gesellschaft

Von der Einsamkeit des Sozialbeamten — Gesetzliche Richtlinien und die Entscheidung des einzelnen.

23.—26.

29 Das Strafrecht als Mittel zur Erhaltung und Erneuerung unserer gesellschaftlichen Ordnung

3. Tagung der Arbeitsgemeinschaft „Recht und Glaube“

Freiheit und Recht als Kennzeichen unserer gesellschaftlichen Ordnung — Die Strafe: Begründung und Aufgabe — Vom Stand der Vorarbeiten zu einem neuen Strafrecht — Gottes Zorn und Gottes Gnade.

28.—30.

30 Die doppelte Aufgabe des Betriebsrates

Halbjahres-Tagung für Betriebsräte

Was erwartet die Belegschaft vom Betriebsrat? — Was erwartet die Betriebsleitung vom Betriebsrat?

FEBRUAR

31. 1.—3. 2.

31 Ein Dorf verändert sein Gesicht

2. Bauern-Tagung

Das Bauerntum in der industriellen Gesellschaft — Die Stellung der bäuerlichen Jugend zum Vätererbe — Zwischen naturwissenschaftlichem Nihilismus und Glaubensbekenntnis — Voraussetzungen zur Gesundung unseres Landvolkes.

4.—7.

32 Evangelische Frauenarbeit und weibliche Diakonie

(Geschlossene Tagung)

7.—9.

33 Forschung und Führung im Handwerk

4. wissenschaftliche Tagung mit Führungskräften des Handwerks

12.—14.

34 Die obrigkeitliche Gewalt heute als Beruf und Dienst der Polizei

2. Tagung mit leitenden Herren der Polizei

16.—19.

35 Das Spiel

Tagung für Besinnung und Praxis in der Karnevalszeit

Homo ludens — Kann der moderne Mensch noch spielen? — Der spielende Mensch in der Gruppe — Neue Gruppenspiele — Einführung in die Arbeit des Soziodramas — Singet und spielelet dem Herrn!

22.—23.

36 Die Schwermut

2. Seelsorge-Tagung

Von Grund und Ursache der Schwermut — Von der Heilung der Schwermut.

26.—28.

37 Unsere Verantwortung für die Gesamtheit des Volkes

Tagung mit Studenten von Sozialakademien und Sozialpädagogischen Schulen

M Ä R Z

1.—3.

38 Vom Seelsorgerdienst der Presse am Volk

4. Tagung für Presse und Funk

Volksneurosen und ihre Heilung — Bekämpfung von Volksschäden oder seelsorgerlicher Dienst der Journalisten? — Der einzelne: Von Sinn und Unsinn des Briefkastens, des Horoskops und der Ratschläge in unserer Presse.

4.—8.

39 Tagung der Ökumenischen Zentrale in Deutschland

(Geschlossener Kreis)

10.—12.

40 Die gemachte Welt

Eine Einkehr-Tagung zur Besinnung über die Technik

Die neue Schöpfung aus der Technik — Pessimistische und optimistische Stellung zur Technik — Von echter und unechter Scham — Neue Gebote im Atomzeitalter?

18.—20.

41 Der Student und die Liebe

1. Tagung für Studenten

Bekannntschaft, Freundschaft, Liebe — Das richtige Alter zur Eheschließung — USA und die Studentenehe.

21.—23.

42 Der Student und unser Volk

2. Tagung für Studenten

Der Student und die Revolutionen unseres Volkes — Echte und falsche Tradition — Wo liegen heute die führenden Schlüsselstellungen in unserem Volk? — Gott und unser Volk.

26.—27.

43 Der „königliche“ Kaufmann

Tagung für Kaufleute, Vertreter von Industrie- und Handelskammern und Arbeitgeberverbänden

Wie gewinnen wir ein neues Leitbild des Kaufmanns?

NEUERSCHEINUNGEN

HANS MEYERS

Die Welt der kindlichen Bildnerel

Handbuch für die Kinderpflege Bd. 1

212 Seiten, mit zahlreichen Abbildungen, Gln., DM 14,80

Ein hervorragend unterrichtendes Sachbuch für alle, die in der Jugendarbeit tätig sind.

GERD SCHIMANSKY

Sternenbeichte

Roman, 290 Seiten, Gln., DM 8,60

Der Roman einer kleinen deutschen Stadt. Ein treffliches Zeitkolorit der Jahre nach 45. Ein heiteres Spiegelbild unserer selbst, voller Humor und Hintergründigkeit.

HANS DOMBOIS

Mensch und Strafe

164 Seiten, brosch. DM 6,80

Ein Buch zur Reform des deutschen Strafrechts, aufgebaut auf dem Material, das die amtliche Kommission des Bundesjustizministeriums erarbeitet hat.

JAKOB BOEHME

Glaube und Tat

Eine Auswahl aus dem Gesamtwerk

376 Seiten, Gln., ca. DM 6,-

Das Wesentliche aus dem Schaffen des großen deutschen Mystikers.

GERHARD UHDE

Königin aus Holz

Erzählung, Reihe Meister der Sprache

96 Seiten, Gln., DM 3,50

Eine Infragestellung der modernen Kunst auf der Suche nach den heilenden und erlösenden Kräften.

GERHARD JASPER

Begegnungen mit Bodelschwingh

80 Seiten, brosch. DM 1,50

Persönliche Erinnerungen zur 80. Wiederkehr des Geburtstages von Pastor D. Friedrich von Bodelschwingh (Sohn).

LUTHER-VERLAG WITTEN

Eckart-Bücher Herbst 1957

Das Gottesbild im Abendland

Mit Beiträgen von Wolfgang Schöne, Hans Frhr. von Campenhausen und Johannes Kollwitz. (Reihe Glaube und Forschung Bd. 15)

248 Seiten, davon 72 S. Bildteil, Gln. mit Schutzumschlag, ca. DM 18,-

Eine erregende und neuartige Darstellung der Wandlung des Gottesbildes im Abendland. Ein hervorragender Diskussionsbeitrag zur Kulturgeschichte des Christentums, ausmündend in leidenschaftlichen Thesen zur gegenwärtigen Kunst.

KURT IHLENFELD

Rosa und der General

Eine Ballade in 14 Bildern

116 Seiten, Gln. mit Cellophanhülle DM 3,50 (Eckart-Kreis-Reihe Bd. 15)

Ein gewichtiger Beitrag zur Überwindung des atheistischen Materialismus.

HARALD V. KOENIGSWALD (Hrsg.)

Die helle Stunde

Ein Advents- und Weihnachtskalendarium

96 Seiten, davon 6 wertvolle Kunstdrucke, Gln., DM 3,50
(Eckart-Kreis-Reihe Bd. 16)

Der ideale Begleiter durch die Advents- und Weihnachtszeit für Menschen jeden Alters.

MATTHIAS CLAUDIUS

Die Erde ist doch schön

Herausgegeben von Hans Jürgen Schultz

400 Seiten, davon 8 Porträtzeichnungen, Gln., DM 14,60

„Eine der besten Medizinen. Ein Buch, das Nervenärzte verschreiben müßten.“ (Rheinischer Merkur)

Einmalige ungekürzte verbilligte Sonderausgabe in der Reihe
Der Siebenstern

Palästina

Bilder einer Reise

Herausgegeben von Fodko Lüpsen

135 Seiten mit 128 meist ganzseitigen Fotos von Vincent Böckstiegel und Fodko Lüpsen, Gln. mit Schutzumschlag in stoßfestem Kartonschuber, DM 9,80

Das schönste Palästina-Buch seit 30 Jahren!

ECKART-VERLAG WITTEN · BERLIN

